

Raciocínio Básico

Blumenau iniciou sua história com a chegada do Dr. Blumenau, seu fundador, e, em 04.02.1880 foi elevada à categoria de município. Mas, devido à uma grande enchente, foi somente em 10.01.1883 que a Câmara Municipal eleita no ano anterior, assumiu. Em 1886, chegou à categoria de comarca e, em 1928, à categoria de cidade. Desde 2023 é constituída de três distritos: Blumenau, Itoupava e Grande Garcia (cidades.ibge.gov.br).

Como vemos, a eleição e instituição da Câmara Municipal de Blumenau foi, e continua sendo, o alicerce de Blumenau.

A cidade está localizada em uma área territorial de 518.619 km² (2022), com uma população estimada de 380.597 pessoas (2024) e uma densidade demográfica por Km² de 696,58 (2024). O censo de 2022 aponta que a cidade é a 12^a. em população na região demográfica imediata, tendo seu IDH (2010) – Índice de Desenvolvimento Humano – de 0,806 (2010) sendo 52,26% da população ocupada, com salário médio mensal dos trabalhadores de 2,9 salários mínimos (cidades.ibge.gov.br).

Em 2021, o PIB per capita era de R\$ 56.155,65. Na comparação com outros municípios do estado, ficava nas posições 73 de 295 municípios no total e estava na posição 737 entre todos os 5570 municípios do país. Em 2023, o total de receitas realizadas foi de R\$ 2.668.259.231,06 e o total de despesas empenhadas foi de R\$ 2.525.728.735. Isso coloca Blumenau nas posições 4 e 3, respectivamente, entre os 295 municípios do estado e na posição 49 entre entre todos os 5570 municípios do país (cidades.ibge.gov.br).

O panorama apresentado demonstra que Blumenau, além de ser a cidade-sede da Região Metropolitana do Vale do Itajaí, é o terceiro município mais populoso do estado, o 8^o da Região Sul do Brasil, o 78^o do Brasil e, considerada como quase única cidade média-grande de Santa Catarina, constituindo-se para o estado um de seus principais polos industriais, tecnológicos e universitários (cidades.ibge.gov.br).

Nesta análise inicial da cidade não podemos deixar de comentar a relevância regional do setor de serviços e comércio, destacando a cidade como um verdadeiro pólo regional tanto da tanto da saúde quanto da educação.

Blumenau conta com um dos maiores índices de desenvolvimento humano do Brasil, como já apontado anteriormente, e consegue manter uma cobertura vegetal extensa devido à presença do Parque Nacional da Serra do Itajaí em seu território.

Vamos pensar que uma cidade é uma área densamente povoada onde se agrupam zonas residenciais, comerciais e industriais. Nela habitam pessoas, que se dividem em bairros, que se agrupam em comunidades, mas, habitam também sonhos, seja do viver melhor, do ter trabalho, do ter atendimento em saúde, de ter segurança, ou seja, viver os sonhos habitando na sua cidade. A cidade e as comunidades se cruzam, pois é caminhando pela cidade que se entende as comunidades que nela habitam. Este caminhar traduz o entendimento de como as pessoas se organizam nos seus bairros, seu estilo de vida, suas conquistas, suas necessidades e anseios, promovendo entre si o ambiente democrático, de troca, de diálogo constante com os cidadãos.

A Câmara Municipal de Blumenau recebeu o selo Diamante 2023 em qualidade e transparência no estado de Santa Catarina, onde foram avaliados 430 órgãos públicos, ficando em sétimo lugar. Esta transparência, como exemplo, está presente no projeto "Vem pra Câmara – Cidadão ativo = Cidadão + forte" com sessões abertas às terças e quintas, às 15h. (camarablu.sc.gov.br).

Dentro deste espírito a Câmara Municipal de Blumenau se coloca como uma prestadora de serviços para com sua comunidade, procurando constantemente evidenciar a efetividade de seu trabalho, os benefícios de suas ações para toda a sociedade blumenauense, colocando na vitrine de seu compromisso o serviço de Ouvidoria, cerne desta concorrência. Como desafio desta licitação, tem-se nos objetivos da comunicação com caráter institucional, estimular a participação da sociedade na utilização do serviço de Ouvidoria, setor que mobiliza a sociedade para atuar em favor das suas necessidades, causas e

interesses em comum. Sabemos que um processo de Ouvidoria tem como essência estar voltada e aberta à comunidade, para que os cidadãos blumenauenses possam cada vez mais usufruir dos seus benefícios de viver na cidade que escolheram para si e para os seus..

Tem-se, assim, como objetivo geral de comunicação valorizar a atuação da Câmara Municipal de Blumenau, através do serviço de Ouvidoria, instituído em 07 de novembro de 2019. A comunicação institucional busca estimular a participação da sociedade, utilizando-se cada vez mais do serviço de Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau, para que se juntem forças e mobilizem-se a favor das causas em comum. Este olhar institucional se desdobra em três (03) segmentos: informativa, educativa e de orientação social.

Assim, tem-se uma campanha que une informação e motivação, mostrando os benefícios, explicando os canais disponíveis para suas manifestações, bem como, o encaminhamento para que as respostas sejam efetivas. Assim, a simplicidade, a transparência, a sustentabilidade, atendimento aos diversos públicos em suas necessidades e anseios pelo viver melhor dão o tom da narrativa publicitária institucional, com características informativas, educacionais e de orientação social.

Objetiva-se apresentar a Câmara Municipal – através do serviço de Ouvidoria – não somente como com uma casa legislativa, mas também como uma geradora de ação governamental, sempre atenta às melhorias nos serviços prestados pela municipalidade, buscando através da desburocratização dos processos, das conexões mais rápidas, das informações prestadas, aproximar cada vez mais o cidadão da administração municipal. Assim, a Ouvidoria, busca ser uma facilitadora na vida das pessoas, acabando também por demonstrar o quanto a atuação da Câmara Municipal é relevante para na vida dos cidadãos blumenauenses.

O desafio que se coloca está em apresentar o quanto a temática do serviço de Ouvidoria é pertinente, pois traz na sua essência o fator de aproximar toda a comunidade através dos seus canais com a Câmara Municipal.

A palavra Ouvidoria traz em seu conceito atuar na mediação de conflitos entre os cidadãos e a instituição, fundamentando a sua atividade nos princípios da ética, eficiência, sigilo, boa-fé, isenção de julgamento e transparência nas relações entre o estado e a sociedade.

Ouvir é um verbo transitivo direto e está relacionado, no sentido da audição referente, ao som, à palavra, dar atenção, atender, escutar, sendo comum a expressão “ouviu os rogos do povo”.

Escutar, também verbo transitivo direto, vai um pouco mais além, pois traz no seu sentido estar consciente do que está ouvindo, dar atenção, e assim, gerou a expressão “escutava com paciência aquelas queixas”.

O ponto de entendimento que queremos demonstrar na condução deste Raciocínio Básico, é que a Câmara Municipal de Blumenau sabe escutar os blumenauenses, não sendo o serviço de Ouvidoria apenas uma alegoria retórica, e sim, um movimento orgânico e contínuo de estar com a comunidade continuamente. Para tal, evidenciar que a cidade possui um serviço ativo, transparente e eficiente que sabe escutar, e transformar o que foi solicitado, em uma resposta, e, sempre que possível, esta resposta em uma ação.

Assim, entendemos que precisamos destacar mais do que um serviço, e sim, um propósito de servir, um comportamento contínuo que coloca os vereadores lado a lado com a comunidade. Temos em Blumenau uma Câmara Municipal que mantém a constante diretriz de escutar e, assim, transformar a cidade através do diálogo e da interação.

Aqui, entramos no segundo ponto do desenvolvimento do Raciocínio Básico, e que será melhor estruturado na Estratégia de Comunicação Publicitária através do posicionamento e após da Ideia Criativa.

O diálogo só é possível quando há a escuta, assim, consideramos que o papel da Ouvidoria é manter a constante diretriz de dialogar, e, interagir através de uma comunicação simples

e eficaz, que atinja todos os públicos, e, através da sua narrativa, possa impulsionar cada vez mais o uso contínuo da Ouvidoria, destacando os benefícios da mesma.

E este é o marco diferencial desta governança: se propondo a ser uma Câmara Municipal que vai além do gabinete, buscando agregar a todos com seus serviços de escuta contribuindo cada vez mais para que a comunidade seja beneficiada com suas ações.

Assim, o foco está em mostrar na Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa a interação, a transparência, e a cumplicidade identificada neste Raciocínio Básico para que os blumenauenses, em uma narrativa que proporcione aos cidadãos de Blumenau se sintam cada vez mais à vontade para se utilizarem do serviço de Ouvidoria, e que possam, principalmente, entender os benefícios desta escuta e sua interação.

Na Estratégia de Comunicação Publicitária explicitaremos daremos voz a esta narrativa através do tema e conceito que entendemos ser adequado à transmitir os pontos refletidos nesse Raciocínio Básico.

Estratégia de Comunicação Publicitária

O desafio de comunicação fundamentado no briefing está no fato que a Câmara de Vereadores de Blumenau "tem pautado suas ações com o objetivo de firmar-se como legítima representante do cidadão junto aos poderes constituídos pelo próprio cidadão".

E a Ouvidoria é ferramenta legítima de aproximação entre os vereadores e os cidadãos, em sua pluralidade e abrangência.

Originário do grego antigo, vereador vem da palavra "verea", que significa vereda, caminho. O vereador, portanto, seria aquele que vereia, que trilha, que orienta os caminhos a percorrer dentro das melhores práticas. Existe já no idioma brasileiro o verbo verear, que é o ato de exercer o cargo e as funções de vereador.

Trazendo para a estratégia, os vereadores de Blumenau tem o papel de trilhar caminhos para a sociedade, ouvindo, escutando, dialogando com a comunidade local nos mais diversos perfis e papéis. Assim, o desafio que se coloca está em como desenvolver a narrativa que se mostrará eficiente no entendimento da função, do desafio, da interação e conexão que ouvir pode nos levar.

Caminho este que só é possível trilhar a partir do diálogo.

O diálogo se caracteriza por existir uma conversa entre dois ou mais indivíduos, buscando um acordo, através de uma troca de ideias. A interação é a base do diálogo.

A interação é a base da nossa estratégia publicitária construída a partir do entendimento dos conceitos de ouvir e escutar, interagir e conectar, que constroem a narrativa do diálogo que é a maneira como a Câmara Municipal de Blumenau se coloca aos cidadãos blumenauenses em todas as suas ações.

Nada mais correto e saudável politicamente do que a Ouvidoria se colocar nesse papel democrático e pluralista de aproximação, de escuta, de diálogo e, a partir de todas essas conexões, de encaminhamento efetivo de possíveis soluções.

Quando praticamos a interação, estamos praticando a influência mútua de órgãos interrelacionados, ou seja, entre os cidadãos e a Câmara Municipal de Blumenau, prática já existente e constante do órgão com a comunidade blumenauense. Nosso objetivo é dar continuidade ampliando a narrativa e pontuando a Ouvidoria com seu jeito de ser espontâneo e transparente para com a comunidade.

A Estratégia de Comunicação Publicitária que estamos aqui apresentando começa a materializar os pensamentos já desenvolvidos no Raciocínio Básico, com as ações de comunicação que vamos explicitando durante o desenvolvimento da estratégia para a campanha e posteriormente sua Ideia Criativa.

A linha estratégica e temática tem como foco mostrar o quanto a Câmara está atenta a este diálogo, e a compreensão dos desejos e anseios dos blumenauenses de tal maneira que a Ouvidoria seja percebida como uma iniciativa valor, e não como um mero instrumento estático, funcional.

O papel da Ouvidoria está em estabelecer as pontes necessárias entre os anseios e necessidades dos diversos públicos que compõem a cidade de Blumenau e estabelecer respostas e prioridades.

Esta é a base para que os cidadãos blumenauenses percebam com clareza os benefícios de uma ouvidoria ativa, consistente, aberta efetivamente para ouvir a população e transformar em ações.

Pertencimento é a base desta narrativa. Somos cidadãos, pertencentes à esta cidade, e como tal, somos ouvidos.

A questão que desejamos responder é: como contar aos diversos públicos acerca destes benefícios? Mostrando que o diálogo é o primeiro passo para a ação. Que dialogar é construir. Que dialogar é evoluir. Que interagir é ouvir e buscar entender os anseios, desejos, reclamações e elogios da comunidade que habita Blumenau.

A resposta é a temática oriunda do Raciocínio Básico que demonstramos até então, para que possamos engajar a população tendo uma participação contínua e consistente em benefício da cidade.

Colocando as pessoas como protagonistas, e a Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau como coadjuvante que ouve, entende, dialoga, interage, conecta e age.

Faz-se necessário no como buscar trazer o sentimento de pertencimento e coautoria da sociedade, trazendo esperança, progresso e, visão de cidade participativa.

Visão do nós: vereadores e população.

Significa que juntos provocamos a interação necessária que desejamos promover, em que o coletivo prevaleça, através de uma estratégia de comunicação e conceito construídos para mostrar união, valorização do trabalho conjunto, para que todos possam usufruir de uma vida melhor.

A Câmara Municipal de Blumenau se conecta com a sociedade, não sendo um trabalho estanque, distante, afastado, e solitário, mas em consonância com o que se espera de uma cidade ativa, com olhar de futuro, que é construída em conjunto.

Os diversos públicos que necessitamos atingir serão atingidos através da narrativa que será melhor explicitada na Ideia Criativa, com a descrição das peças publicitárias, e através dos meios de comunicação simulados na Estratégia de Mídia e Não-Mídia, combinados entre si, através de suas segmentações, e a valorização dos meios próprios da instituição.

Busca-se assim, interagir com o maior número de pessoas, com culturas e formas de viver diferenciadas.

O conceito criativo oriundo do Raciocínio Básico e desenvolvido na Estratégia de Comunicação Publicitária que ora apresentamos foi desenvolvida a partir de dois verbos que sintetizam, em conjunto, todo o pensamento apresentado e a sua função numa sociedade democrática e participativa.

Temos, de forma clara, o conceito:

Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. Ouvir para servir.

Assim, construímos como temática através do desenvolvimento estratégico que ouvir, escutar, interagir e conectar são a base da relação da Câmara de Vereadores com os cidadãos de Blumenau.

Uma temática que destaca a união, o trabalhar pela cidade em conjunto com quem habita a cidade, destacando o pertencimento e a relação para além da política entre os cidadãos e os seus vereadores.

A temática nos leva a uma narrativa de fácil compreensão entre os diversos públicos, pois o conceito "Ouvir para Servir" proporciona uma riqueza de desdobramentos:

Dialogar é evoluir.

Dialogar é construir.

Dialogar é o primeiro passo para agir.

Dialogar é interagir.

Dialogar é estar junto com você.

Assim, Ouvir Para Servir é o conceito base que resume o pensamento estratégico, e a partir dele amplia as possibilidades de adequação da narrativa de acordo com as características de cada meio a saber, rádio, televisão, jornal e digital, bem como, os meios próprios que estão à disposição e que se conectam diariamente com os cidadãos

Ideia Criativa

O desafio proposto nesse certame consiste em tornar a Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau um serviço amplamente conhecido, acessível, percebido verdadeiramente como uma ferramenta do exercício democrático em nível municipal. A partir disso, o objetivo é o de promover sua utilização de forma efetiva e consistente pela comunidade. A Ouvidoria – como já destacamos anteriormente – é o canal onde a voz do cidadão ganha espaço e que pode se traduzir em ações concretas no município. Portanto, nosso objetivo é estimular a participação ativa da sociedade, criando uma comunicação que valorize a transparência e a proximidade, para que os blumenauenses vejam nesse serviço uma oportunidade real de colaborar para a melhoria da cidade e de seus interesses coletivos.

Nossa ideia criativa baseia-se no princípio de que a escuta ativa é o primeiro passo para uma comunicação verdadeiramente eficaz entre as pessoas e seus governantes e/ou legisladores. Quando a sociedade se sente ouvida, ela se engaja, contribui, participa. Nossa estratégia será demonstrar, de maneira clara e acessível, que a Ouvidoria é um espaço de interação direta, em que o cidadão tem a certeza de que suas demandas serão consideradas e levadas em conta nas decisões da Câmara. Essa confiança só pode ser construída por meio de uma comunicação que reforça a cumplicidade entre a população e a instituição.

Assim, de maneira simples, direta e efetiva, nossa ideia é sintetizada no conceito: "Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. Ouvir para servir."

Entendemos, através desse jogo de palavras claras e diretas, que podemos ter a máxima síntese da proposta dessa área estratégica da Câmara de Blumenau, mostrando que os vereadores do município estão aqui para servir a população e que, através desse serviço é possível ouvir as pessoas, capturar suas necessidades e anseios.

É através da ouvidoria que a câmara se dispõe ao exercício de entender para atender.

A campanha será articulada de maneira estratégica nos meios de comunicação, para garantir que a mensagem alcance todos os públicos de maneira clara e envolvente. Nossa abordagem multicanal permitirá uma ampla disseminação da ideia central: estimular os cidadãos a participarem ativamente do processo de escuta da Câmara, mostrando que suas vozes têm poder e impacto nas decisões públicas.

As peças serão pautadas pela consistência visual e narrativa, mantendo uma comunicação moderna, inclusiva e direta. Cada peça irá se conectar com o conceito central de que ouvir a comunidade é fundamental para servir melhor, criando uma relação de confiança e proximidade.

Spot de rádio – 30 segundos

O spot (comercial) para veiculação em rádio é uma peça essencial de divulgação da campanha, pois o meio é universal, atingindo um público amplo, que vai desde aquelas pessoas que consomem informações de maneira cotidiana no trânsito, até aquelas que ouvem rádio em casa ou no mesmo trabalho. O rádio é um meio de comunicação acessível e tradicional, que gera confiança, especialmente por atingir um público diversificado, composto por todas as idades e perfis. Em nosso spot, teremos uma trilha calma e inspiradora e a locução será conduzida por um homem jovem, com um tom amigável, porém sério e confiável, transmitindo a ideia de que a Ouvidoria está aberta e acessível a todos. O texto do spot – absolutamente didático – será:

"O maior bem de uma cidade são suas pessoas. É para elas que a Câmara de Vereadores atua, legisla e trabalha. A maior honra que um vereador pode alcançar é a satisfação de servir bem à nossa gente. E o primeiro passo para isso é ouvir a população para entender seus anseios. Entender para atender suas necessidades. E é aqui que o papel da Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau se destaca. Ela existe para dialogar, para interagir, para possibilitar que o trabalho de nossos vereadores vá além do gabinete, com esforços concretos para que a comunidade seja beneficiada. Acesse! Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. Ouvir para servir."

A mensagem também será transmitida na TV a partir de um filme de 30 segundos. A escolha deste veículo de comunicação é estratégica para a campanha, dada sua ampla penetração e capacidade de impacto. A televisão, além de ser um dos meios mais confiáveis, possui a vantagem de gerar um alcance significativo, levando a mensagem diretamente ao cotidiano das pessoas. O filme reforça e contribui para que a mensagem seja absorvida de maneira eficaz e memorável, ampliando o engajamento da população com o serviço.

Comercial de TV – 30 segundos

O vídeo da campanha apresentará uma combinação entre cenas da cidade e os elementos gráficos que comporão a identidade visual da mesma, criando uma conexão consistente com as demais peças publicitárias integradas. O roteiro do comercial inicia quando ouvimos uma trilha sonora eletrônica, bastante ritmada, marcada num compasso que lembra o tic-tac do relógio com um tom moderado e uma harmonia otimista, com composição que reforça a mensagem positiva da campanha. Sobre ela, surge a locução de uma mulher, jovem, por volta dos 30 anos, com um tom acolhedor e confiante. Vale dizer que, no decorrer do filme, que ela aparecerá em cena interagindo diretamente com a câmera. Teremos também um elenco de figurantes para compor outras cenas.

Cena 1 — Com um fundo de céu azul limpo e elegante, surgem cenas da cidade de Blumenau. O relógio da prefeitura. Os sinos da catedral. Em cenas urbanas, pessoas caminham rápidas pela avenida XV de novembro, acompanhando a locução de forma sincronizada.

Locução: "Nosso maior recurso é o tempo. Nossa maior atitude é servir."

Cena 2 — Em um plano geral, a câmera mostra a Câmara Municipal de Blumenau, fazendo um suave zoom-out, revelando o prédio completamente.

Locução: "Somos a Câmara de Vereadores de Blumenau. Temos o compromisso e o propósito de agir por nossa gente. Por você."

Cena 3 — Agora em um plano médio, a câmera se move suavemente dentro da entrada da Câmara, mostrando um ambiente ativo e acolhedor. Vemos pessoas sendo atendidas na recepção, outros atendimentos telefônicos, com algumas sentadas em cadeiras, esperando para serem ouvidas.

Locução: "E o primeiro passo para isso é ouvir nossa população para entender seus anseios."

Cena 4 — Em um plano mais próximo, vemos uma mulher de cerca de 40 anos conversando de maneira cordial com a recepcionista. A interação é simpática e amistosa.

Locução: "Entender para atender suas necessidades."

Cena 5 — A mulher que ouvimos na locução aparece agora, caminhando pela avenida Beira-Rio. Tem-se uma vista da área central de Blumenau. Ela olha diretamente para a câmera, sorrindo levemente enquanto fala com naturalidade.

Locução: "Para isso existe o serviço de Ouvidoria da Câmara Municipal."

Cena 6 — Conforme ela continua caminhando, surgem animações com as palavras "Diálogo" e "Participação", fluindo junto a sua fala e destacando visualmente os conceitos principais da mensagem.

Locução: "Um canal aberto de diálogo e participação."

Cena 7 — Agora ela para de caminhar, assume uma expressão séria, porém acolhedora, e fala diretamente à câmera, reforçando o chamado à ação.

Locução: "Acesse. Ligue. Fale conosco. É o primeiro passo para melhorarmos as coisas de verdade."

Cena 8 — A transição suave leva de volta ao fundo azul, agora com o texto final que traz o conceito da campanha: "Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. Ouvir para servir." E apresenta o logo da Câmara Municipal da cidade.

Locução: "Acesse! Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. Ouvir para servir."

Anúncio de jornal

O jornal impresso é um canal tradicional e confiável que atinge especialmente aqueles que não estão tão presentes no ambiente digital, garantindo que a campanha alcance diferentes perfis de cidadãos mais tradicionais de Blumenau. Além disso, o jornal oferece um espaço privilegiado para mensagens que necessitam de uma abordagem mais reflexiva, permitindo que o público absorva o conteúdo com maior atenção. Neste meio teremos um anúncio de página simples. Visualmente, nesse material, exploraremos a temática de uma forma muito moderna e com um impacto gráfico de alto impacto. Nele, teremos uma ilustração colorida com quatro silhuetas humanas estilizadas, cada uma a um canto do anúncio, recortadas. Essas silhuetas possuem cada qual uma cor diferente (exemplificadamente amarelo, verde, vermelho e laranja), simbolizando diferentes pessoas ou vozes em diálogo. No centro da imagem, há um círculo lembrando um balão de diálogo de histórias em quadrinhos, como se fosse o resultado da interação da fala dos 4 personagens. Esse balão, por sua vez, será composto por peças de quebra-cabeça coloridas que se encaixam, formando uma representação gráfica da fala ou do diálogo diversificado que, ao fim, forma um todo integrado. A cena transmite a ideia de comunicação colaborativa, interação e integração entre diferentes indivíduos ou grupos, com as peças de quebra-cabeça simbolizando a interconexão entre essas partes.

O título do anúncio coloca: "O diálogo é o primeiro passo para a ação"

Já o texto que acompanha a arte também reforça essa abordagem colaborativa. O texto será: "Dialogar é evoluir. Dialogar é construir. Dialogar é o primeiro passo para agir. Estamos aqui para dialogar com você. Estamos aqui para agir. Acesse! Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. Ouvir para servir."

O anúncio terá os logos da Câmara Municipal, o da Ouvidoria (a ser criado, se não houver) e terá as formas de acesso ao serviço (endereço eletrônico, whatsapp, etc).

Banner Digital

O site da Câmara Municipal de Blumenau, por se tratar de uma mídia própria, diretamente acessada pelos cidadãos que buscam informações sobre o legislativo municipal e os serviços oferecidos, precisa ser explorado de alguma forma. Nesta plataforma teremos um banner na página principal, garantindo visibilidade contínua para a campanha e permitindo que a mensagem chegue diretamente ao público que já está interessado em participar ou se informar sobre os serviços da Câmara, incluindo a Ouvidoria.

O banner será o ponto de contato digital com os cidadãos que navegam no site, transmitindo a mensagem da campanha de forma clara e objetiva. Além de promover o serviço, o banner convida os blumenauenses a interagirem diretamente com a Câmara

Já a arte contará com uma ilustração diferente, porém amplamente inspirado no mesmo visual moderno e diferenciado. A arte apresenta diversas silhuetas de perfis humanos, dispostas em cores vibrantes como laranja, azul, rosa, amarelo e verde. Elas estão posicionadas de frente umas para as outras, sugerindo interação e comunicação. Entre essas silhuetas, há diversos balões de fala, de diferentes formas e cores, como laranja, azul e rosa, simbolizando conversas e trocas de ideias. O texto dirá: "Dialogar é evoluir. Dialogar é construir. Dialogar é o primeiro passo para agir. Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. Ouvir para servir."

O WhatsApp é uma das plataformas de comunicação mais utilizadas e usá-lo como meio de comunicação da mensagem permite o estabelecimento de um canal direto e acessível com a população, promovendo um diálogo eficaz e a participação cívica. Para isso propomos um card acompanhado de legenda que constitui uma peça fundamental nas ações de não mídia da campanha da Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. Ao integrar esta peça, fortalecemos ainda mais a relação entre a administração pública e os moradores do município.

Seguindo o visual da campanha, na arte veremos duas silhuetas, a de um homem à esquerda, dispostas em laranja, e a de uma mulher à direita, em azul. Entre as duas, dois balões de diálogo, azul à esquerda e laranja à direita, que se conectam no meio, onde a cor

é rosa e vemos o ícone de uma lâmpada, sugerindo que dialogar pode ser enriquecedor para ambos. Acima teremos o seguinte texto: "O diálogo é capaz de transformar nossa cidade. Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau. Ouvir para servir". Para acompanhar o material, teremos a seguinte legenda: "Ouvir a população é o primeiro passo para entender e atender suas necessidades. Com o serviço de Ouvidoria, criamos um canal aberto de comunicação e participação. Acesse, ligue e fale conosco. Juntos, podemos fazer a diferença."

Dentro das ações de não mídia, a implementação de um cartaz de uso interno na Câmara Municipal de Blumenau se destaca como uma estratégia eficaz para promover a mensagem do Serviço de Ouvidoria, aproveitando o espaço institucional para atingir diretamente os colaboradores e a população. Esse cartaz não apenas serve como um lembrete constante sobre a importância da participação da comunidade, mas também cria um ambiente propício ao diálogo, onde a comunicação é valorizada e incentivada.

A arte deste cartaz incorporará elementos que refletem a identidade visual da campanha, utilizando balões de diálogo em cores vibrantes como azul, verde, rosa e laranja. No centro, destaca-se a seguinte mensagem: "O Serviço de Ouvidoria é o canal que conecta a população blumenauense. Com ele você garante que suas necessidades sejam ouvidas e consideradas. Por que utilizar o serviço é benéfico para a cidade? 1. Suas contribuições ajudam a aprimorar a qualidade das ações da Câmara; 2. Sua participação é fundamental para fortalecer a comunidade; 3. Juntos, podemos transformar ideias em realidade. Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau: Ouvir para Servir."

Estratégia de Mídia e Não Mídia

O desafio da comunicação apresentado no briefing é o desenvolvimento de uma campanha publicitária, estratégica e criativa, que estimule a participação da sociedade na utilização do serviço de Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau, mobilizando-a para atuar em favor de causas de interesse comum.

Vamos considerar que o público a ser impactado pela campanha, segundo dados do IBGE/2024 é uma população de 380.597 mil habitantes da cidade de Blumenau, de ambos os sexos, faixas etárias e classe sociais.

A estratégia de mídia e não mídia tem a função de analisar e escolher quais meios de comunicação são os mais acessados e consumidos, em termos de consumo de mídia, pela população brasileira.

No estudo anual da Hootsuite/Wearesocial de janeiro/2024, os meios de comunicação mais acessados e com alcance na população são: mídia digital com 97,5%, a televisão com 92,9%, seguido de rádio, com 70,4%, jornal impresso, com 60,0%. Esses dados de pesquisa – hábitos de consumo de meios – servem de norteadores para as estratégias de mídia, através da definição de canais e programação, a serem sugeridos tecnicamente para veiculação de campanhas publicitárias em todas as regiões brasileiras.

Cada meio possui um papel relevante e único, e essas características técnicas estão consideradas para que a estratégia seja assertiva e a mensagem seja direcionada para os públicos de Blumenau com o impacto necessário.

Essa simulação de mídia tem o objetivo de contextualizar um plano estratégico e tático, onde a mensagem da campanha será inserida em canais de comunicação que possuam cobertura adequada e audiência para impactar os públicos: digital (internet), televisão, rádio e jornal. O período da campanha é de 30 dias conforme prevê o briefing.

As peças de mídia são: 01 filme 30" que será utilizado para televisão (o mesmo filme será utilizado para não mídia na TV legislativa e internet: Youtube, para fins de economicidade); 01 spot 30" para rádio; 01 anúncio página simples para jornal; 01 banner para site.

As peças de não mídia serão: 1 card com legenda para envio de Whatsapp, Instagram, Facebook e Twitter; 1 cartaz para utilizar nas dependências da Câmara, secretarias municipais e locais públicos.

Televisão: A televisão aberta passa por mudanças significativas, mas o meio ainda é considerado o maior e principal veículo de comunicação da maioria da população brasileira. Tem alta penetração no Brasil, pois além de acessível e gratuita, possui grande relevância como fonte de notícias e informação, entretenimento, esportes e grande variedade de conteúdo.

A pesquisa sobre consumo de vídeo no Brasil - Inside 2023 - feita por Kantar Ibope detectou que os telespectadores ficam em frente à telinha em torno de 5h17min. Do total de minutos consumidos em vídeo, 87% desse tempo é de conteúdo da televisão linear, ou seja, é conteúdo produzido pelas grandes redes e que impulsionam a audiência do meio.

É considerado um meio de massa, pois atinge todas as classes sociais e faixas etárias – informa e proporciona entretenimento - possibilitando resultados rápidos em termos de impacto e alcance.

A estratégia de mídia prevê a utilização de emissoras com cobertura geográfica na cidade de Blumenau, potencializando assim as características do meio, que é impactar rapidamente muitos telespectadores ao mesmo tempo. A cobertura regionalizada permite otimização de investimento e audiência, evitando a dispersão em outras emissoras que cobrem estados.

A campanha inicia em televisão, com o lançamento do filme 30", nas duas redes: TV NSC Blumenau (Globo) e ND Record Itajaí (Record). No lançamento em televisão usaremos maior frequência de inserções nas duas primeiras semanas. Assim, a abrangência da televisão possibilitará que a campanha inicialmente alcance grande volume de audiência e impacte os diversos públicos que compõem a população que reside em Blumenau.

Para falar com essa audiência é preciso definir programas com características específicas que falem com cada telespectador e, por isso, a programação foi distribuída entre as faixas horárias, alcançando os diferentes telespectadores do meio, como novelas, jornalismo local e entretenimento em geral.

Na NSC TV Blumenau são 25 inserções e na TV ND Record são 15 inserções, totalizando 40 inserções no período, com investimento no valor total de R\$97.966,00. O meio representa 65% sobre o total do investimento em mídia.

Rádio: O rádio é considerado um dos principais meios de comunicação no Brasil e pode ser acessado a qualquer hora, em qualquer tipo de aparelho (rádio comum, computador, celular) e em qualquer lugar (casa, trabalho, trajeto). Segundo o estudo anual Inside Rádio/2023, do Kantar Ibope, permanece com sua vocação histórica, de ser ouvido pela confiança e agilidade na informação.

Características como credibilidade e velocidade demonstram como 83% dos ouvintes acham que o meio apresenta as notícias de forma mais rápida e 64% dos ouvintes acreditam nas notícias que ouvem no meio, 94% usam para ouvir música, 32% para noticiários locais e 25% para notícias de trânsito. Cada ouvinte passa em média 3h55min por dia escutando rádio.

O rádio é ouvido por 80% da população nas principais regiões metropolitanas. O rádio é presente e conversa com todas as audiências, faixas etárias e classes sociais. É eclético, com emissoras de diferentes conteúdos e, para cada perfil de público, existe uma emissora correspondente, mostrando assim o amplo alcance do meio.

No lançamento, em conjunto com os demais meios, a tática em rádio prevê programação diária intensiva, nas duas primeiras semanas e menor intensidade no restante do período. Programaremos as emissoras da cidade de Blumenau, pertencentes aos diversos segmentos de conteúdo, de diferentes perfis, e que juntas compõem o universo de audiência do rádio no público a ser impactado na campanha.

As emissoras são: 102.7 FM, com 60 inserções e Menina FM, com 30 inserções em cada emissora, totalizando 90 inserções e com investimento de R\$19.620,00 no período. O meio rádio representa 13% de participação sobre o total de mídia.

Jornal: A mídia impressa passa por transformações e muitos títulos deixaram de circular na forma impressa, se renovando e migrando para plataformas digitais, possibilitando maior acesso aos conteúdos, gerando novos leitores, que passaram de analógicos para digitais. Ainda assim, o meio jornal, impresso ou digital, pode ser considerado uma fonte de consulta, de grande credibilidade e com informação confiável. É um canal que simboliza prestígio e posicionamento para as marcas e uma fonte de informações e consulta para públicos como formadores de opinião, imprensa, comunidade política e empresarial.

A programação será no formato de página simples, com uma inserção semanal, por jornal, durante o período da campanha, no jornal impresso que circula na cidade: Jornal Santa com 04 publicações, totalizando 4 anúncios no período da campanha, no valor total de R\$9.163,52. O meio jornal representa 6% de participação sobre o total de mídia.

Digital: o meio digital (internet) é considerado o de maior crescimento e com os maiores percentuais de investimentos nos últimos anos. Em termos de alcance de público, o estudo anual da Hootsuite/Wearesocial mostrou que em janeiro/24 mais de 187,9 milhões de brasileiros usaram a internet todos os dias, 144,0 milhões de usuários de mídia social.

Os dados mostram que os usuários navegam, em média, 9 horas e 13 minutos diários, sendo 4 horas e 04 minutos assistindo a vídeos, 2 horas e 04 minutos ouvindo música, 56 minutos ouvindo rádio, 3 horas e 11 minutos lendo diversas mídias, 3 horas e 37 minutos em redes sociais, e 1 hora e 05 minutos em jogos. Os dispositivos móveis continuam sendo a principal porta de acessibilidade, seguidos de notebooks e desktops. Vamos trabalhar com dois sites e diversos formatos no digital, em conjunto com os demais meios offline, conforme descrevemos a seguir:

Banners nos sites de jornais regionais – selecionamos os portais dos jornais, pela sua importância de trabalharem com a informação, a economia e desenvolvimento local, fatores de grande importância para a comunidade.

Com todos os formatos em mídia digital e com link para o site da Câmara Municipal de Blumenau, iremos atingir um grande volume de audiência e com a segmentação e perfil por plataforma, atingiremos todos os segmentos de públicos de Blumenau.

No portal ND+, teremos Super Banner Lateral e no portal O Município, teremos também o Super Banner Lateral. Com investimento de R\$23.500,00 no período. O meio digital representa 16% de participação sobre o total de mídia.

A performance do digital será acompanhada em tempo real, durante o período da campanha, analisando-se as métricas e filtros efetuados nas plataformas, com relatórios que permitirá analisar a performance das peças que permite rever e, se necessário, alterar as táticas de segmentação durante a campanha. Ao final do período, será entregue um relatório com todas as informações de veiculação nas plataformas.

Nossa proposta contempla canais de mídia de grande cobertura e canais segmentados, que possuem adequação e conteúdo, de forma otimizar os investimentos em mídia e impactar a população de Blumenau.

Usaremos o valor de R\$ 219.147,09 da verba destinada de R\$ 220.000,00, sendo R\$ 151.549,52 (69%) para mídia, R\$ 60.395,47 (27%) para produção e R\$ 8.502,10 (4%) para custos de criação, conforme tabela disponibilizada.

Meios próprios: o WhatsApp possui 93% de participação no Brasil e é um aplicativo considerado de mensagens instantâneas, com mais de 147 milhões de usuários entre 16 e 64 anos usam diariamente. É usado tanto para falar com a família e amigos, quanto para atividades profissionais, além de realizar ligações, chamadas de vídeo e até fazer compras. 99% dos usuários abrem o aplicativo pelo menos uma vez ao dia, sendo que, desses, 35% deixam o aplicativo aberto o dia todo e 80% afirmaram que se comunicam com empresas através do WhatsApp;

O Twitter (agora X) segundo estudo da Hootsuite/Wearesocial, tem mais de 22,1 milhões de usuários no Brasil. A audiência é 43,9% feminina e 56,1% masculina. É usado como segunda tela e é a rede onde os usuários comentam e debatem em tempo real o que estão assistindo na televisão e onde as pessoas buscam atualizações rápidas de notícias. A idade dos usuários varia entre 18 e 49 anos, sendo que 38% têm entre 18 e 29 e 26% entre 30 e 49 anos (fonte Twitter).

Publicar vídeos de forma orgânica no YouTube é uma estratégia poderosa para a Câmara Municipal de Blumenau, especialmente considerando o grande uso da plataforma no Brasil. O YouTube é acessado por cerca de 96% dos usuários de internet no país, tornando-se uma das plataformas mais populares para consumir conteúdo. Isso oferece à Câmara uma oportunidade de alcançar um vasto público sem custo direto de veiculação, já que os vídeos continuam disponíveis e acessíveis por tempo indefinido, gerando visualizações continuamente.

O conteúdo de forma orgânica no Instagram é uma estratégia eficaz para a Câmara Municipal de Blumenau, já que a plataforma é amplamente usada no Brasil, com mais de 120 milhões de usuários ativos, sendo uma das redes sociais mais populares no país. O Instagram oferece um formato visual dinâmico que permite à Câmara comunicar suas ações de forma acessível e engajante, fortalecendo a percepção de transparência e proximidade com a população.

Banners site da Câmara Municipal de Blumenau – com a peça do público em geral.

MEIO	PEÇAS	CUSTOS		
		Mídia/ Veiculação	Internos	Valor total
Televisão	1	97.966,00	3.094,42	101.060,42
Rádio	1	19.620,00	1.650,33	21.270,33
Jornal	1	9.163,52	1.138,27	10.301,79
Internet	1	23.500,00	1.566,92	25.066,92
Mídia	4			
Não Mídia		1.300,00	1.052,16	2.352,16
Outros			59.095,47	59.095,47
Total dos custos de produção dos serviços internos				67.597,57
Total dos custos de veiculação				151.549,52
TOTAL GERAL				219.147,09